

лиотеками Харьковщины. Подан обзор рекомендацій по деловой електронній переписки.

**Ключевые слова:** нетикет, етикет, правила поведіння, положення поведіння, Інтернет, сеть, медиа, бібліотеки Харьковщини, деловая електронна переписка, електронні листи.

## THE NETETIQUETTE – THE TREND OF THE MODERN LIBRARIAN-CITIZEN OF THE INTERNET

*A. Tishchenko*

*Kharkiv State Scientific Library of V.G. Korolenko*

**Annotation.** The article contained in the rules, regulations, taboo and moveton of the netetiquette. Here described peculiarities netetiquette of libraries in the Kharkiv region. The recommendations for business e-mail are summarized.

**Keywords:** netetiquette, etiquette, rules of conduct, behavioral regulations, Internet, network, media, Kharkiv region libraries, business e-mails, e-mails.

УДК: 021.4:004.738.5

## СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ БІБЛІОТЕЧНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

*В.І. Хитик*

*ВДНЗ України «Буковинський державний медичний університет»*

*Бібліотека*

**Анотація.** Розглядається потенціал соціальних медіа як ефективного засобу бібліотечного інтернет-маркетингу, спрямованого на організацію якісного обслуговування користувачів бібліотеки.

**Ключові слова:** бібліотечний інтернет-маркетинг, бібліотеки у соціальних медіа, обслуговування користувачів бібліотеки.

Динамічність розвитку й постійне вдосконалення інформаційних технологій, створення нових інтернет-ресурсів відкривають додаткові можливості для бібліотек щодо підвищення якості бібліотечного обслуговування посередництвом використання цих ресурсів.

Визначення цінності певного інтернет-ресурсу для підвищення рівня бібліотечного обслуговування можливе лише за умови розуміння завдань бібліотеки як сервісного закладу. Обов'язковий бібліотечний сервісний мінімум встановлений Законом України «Про бібліотеки і бібліотечну справу».

Так, основним завданням бібліотеки є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів.

Право користувача на бібліотечне обслуговування включає:

- користування інформацією про склад бібліотечних фондів через довідково-пошуковий апарат;
- отримання консультаційної допомоги в пошуку та виборі джерел інформації;
- одержання у тимчасове користування документів із фондів бібліотеки й документів або їх копій по міжбібліотечному абонементу;
- отримання інформації з інших бібліотек через канали зв'язку тощо.

Виходячи з цього законодавчо встановленого мінімуму, можна визначити два обов'язкові напрямки роботи бібліотеки з користувачами: надання у користування документів та інформування.

Організація ефективної роботи бібліотеки у цих напрямках можлива лише при забезпеченні певних умов: комплектування бібліотечних фондів актуальними для користувача документами; повне відображення інформації про склад бібліотечних фондів у довідково-пошуковому апараті; якісне й оперативне інформування користувача про бібліотечні фонди, довідково-пошуковий апарат, інші бібліотечні ресурси; надання у користування документів за першим зверненням користувача.

Забезпечити умови, які дозволять здійснювати якісне бібліотечне обслуговування користувачів, можна виключно при застосуванні бібліотекою ефективних маркетингових засобів, які нададуть можливість:

- досліджувати, аналізувати, оцінювати потреби існуючих й потенційних користувачів щодо потрібних їм документів та формувати політику комплектування бібліотечного фонду відповідно до їхніх запитів й очікувань;
- дізнаватися про зручність користування довідково-пошуковим апаратом й іншими бібліотечними ресурсами, вживати заходів щодо їх удосконалення згідно з побажаннями користувачів;
- вивчати думку користувачів щодо доцільності введення нових форм бібліотечного обслуговування й ефективності існуючих, отримувати від них конкретні пропозиції;

- дізнаватися про повноту, оперативність і якість обслуговування користувачів співробітниками бібліотеки, вживати заходи щодо усунення недоліків;
- популяризувати бібліотеку, доводити до відома користувачів нову корисну інформацію;
- мати зворотній зв'язок з користувачами і постійно взаємодіяти з ними.

Безперечно, у даний час найефективнішим видом маркетингу є інтернет-маркетинг, який характеризується такими винятковими можливостями: одночасне охоплення численної інтернет-аудиторії без обмеження за статусом, професійною приналежністю, віковою категорією тощо; можлива дистанційна взаємодія з існуючими та потенційними користувачами; відсутність прив'язки взаємодії бібліотеки з користувачем щодо конкретного часу (за деякими винятками), що є зручним для двох сторін.

Тому, якщо говорити про бібліотечний маркетинг, разом з традиційними формами обов'язково необхідно використовувати інтернет-ресурси.

Однією з форм масової комунікації в інтернеті є соціальні медіа. Винятковою рисою соціальних медіа є те, що вони дають можливість для необмеженої часом, відкритої комунікації бібліотеки і користувача у рамках платформ, які об'єднують людей за спільними інтересами, що сприяє формуванню цільової аудиторії, на яку безпосередньо спрямовується робота бібліотеки.

Користувач, залучений у соціальних медіа до безпосередньої взаємодії з бібліотекою, відчуває свою значимість. Між сторонами створюється ефект партнерства, що сприяє тіснішій співпраці.

Разом з наявністю цільової аудиторії, відкритий доступ до соціальних медіа дозволяє бібліотеці комунікувати з іншими категоріями осіб, що також може бути корисним у деяких аспектах.

Беззаперечною перевагою соціальних медіа є можливість розміщення там різного виду інформації: текстових, фото-, відео-, аудіоматеріалів.

Соціальні медіа дозволяють відповідальному співробітнику бібліотеки й користувачу вести пряму переписку (відкриту і приховану), додавати коментарі, висловлювати власну думку, ділитися враженнями. В соціальних медіа бібліотека може здійснювати масові опитування користувачів. Функціонал соціальних медіа дає можливість бібліотеці в інтернеті досліджувати, аналізувати, оцінювати потреби користувачів; вивчати їх думку щодо бібліотечного обслуговування, отримувати від них конкретні пропозиції, по-

пуляризувати бібліотеку, доводити до відома користувачів нову корисну інформацію, мати зворотній зв'язок з користувачами й постійно взаємодіяти із ними.

Отже, соціальні медіа мають достатній потенціал для забезпечення ефективного бібліотечного інтернет-маркетингу, здатного забезпечити організацію якісного бібліотечного обслуговування користувачів.

## **СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ БИБЛИОТЕЧНОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

*В.И. Хитик*

*Буковинский государственный медицинский университет*

*Библиотека*

**Аннотация.** Рассматривается потенциал социальных медиа как эффективного средства библиотечного интернет-маркетинга, направленного на организацию качественного обслуживания пользователей библиотеки.

**Ключевые слова:** библиотечный интернет-маркетинг, библиотеки в социальных медиа, обслуживание пользователей библиотеки.

## **SOCIAL MEDIA AS INSTRUMENT OF LIBRARY INTERNET-MARKETING**

*V. Khytyk*

*Bukovinian State Medical University*

*Library*

**Annotation.** The potential of social media as effective means of library internet-marketing aimed at the organization of library users' attendance of high quality has been studied.

**Keywords:** library internet-marketing, libraries in social media, library users' attendance.

УДК 027.7:61:378.4(477-21)ХНМУ:316.472.4:004.77

## **БИБЛИОТЕКА В INSTAGRAM: ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?**

*О. Шакирова*

*Харьковский национальный медицинский университет*

*II медицинский факультет, 4 курс*

**Аннотация.** Раскрывается взгляд студенчества на современную библиотеку, основываясь на личный опыт. Приведен пример